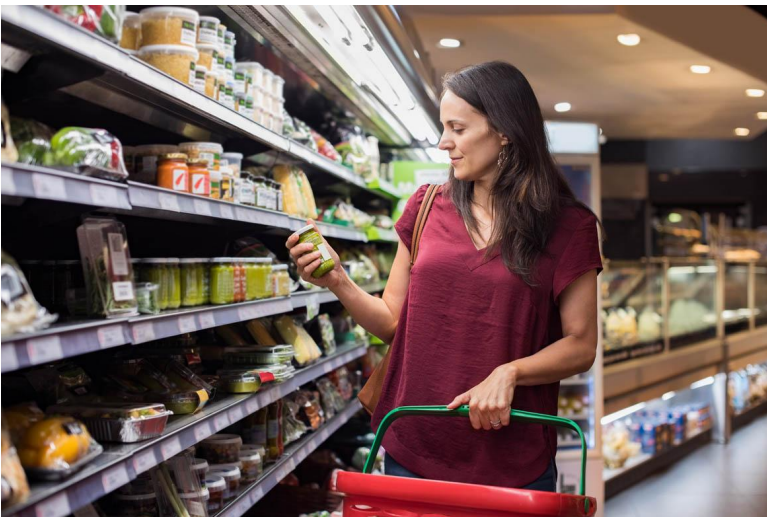


Die 10 beliebtesten Tricks, um Preiserhöhungen zu verstecken

Seit Jahren sammeln wir Produkte, bei denen es durch veränderte Packungsgrößen zu versteckten Preiserhöhungen gekommen ist. Die Masche hat System! Sie werden staunen, wie man Ihnen im Supermarkt das Geld aus der Tasche zieht.

Stand: 23.01.2017



© Rido - Fotolia.com

Auch wenn die Flut der Sonderangebote auf Handzetteln oder Anzeigen einen anderen Eindruck vermittelt, die Preise im Einzelhandel steigen stetig. Nicht immer sind die Preiserhöhungen für Verbraucher auf Anhieb erkennbar, denn die Hersteller bedienen sich zahlreicher Kniffe, um sie zu verschleiern. **Das sind die 10 beliebtesten Tricks.** -

Nr. 1: Das Schrumpfprinzip

Bei scheinbar gleicher Packungsgröße und identischem Preis schrumpft der Inhalt eines Produkts. So reduzierte Nestlé bei seiner Marke *Choco Crossies* in den letzten Jahren die Füllmenge dreimal! Von ursprünglich 200 Gramm über 180 und 160 Gramm auf 150 Gramm.

Nr. 2: Der Mehr-drin-Trick

Eine größere Füllmenge suggeriert zunächst ein „Schnäppchen“, wird aber überproportional teuer verkauft. Das Spülmittel *Fairy* von Procter & Gamble in 500-Milliliter-Packungen statt vormals 450-Milliliter-Flaschen. Der Preis erhöhte sich von 1,19 Euro auf 1,99 Euro, was einem Anstieg von 51 Prozent entspricht.

Nr. 3: Das Pseudo-Günstigerprinzip

Der Preis eines Produkts wird mit der Verringerung der Füllmenge gesenkt, doch der Preisnachlass entspricht nicht der Reduzierung des Inhalts. Die Menge der *King's Crown Tee*, einer Eigenmarke von Rossmann, schrumpfte von 25 Teebeuteln auf 20 Teebeutel, doch der Preis sank lediglich von 0,99 auf 0,89 Euro, was einem Preisaufschlag von 12 Prozent gleichkommt.

Nr. 4: Der Händlertrick

Ein- und dasselbe Produkt geht bei verschiedenen Einzelhändlern in Packungen mit abweichenden Füllmengen in den Verkauf – allerdings zum gleichen Preis.

Nr. 5: Der Sammelpacktrick

Mehrfach- oder Sammelpackungen werden genutzt, um Produkte scheinbar besonders preisgünstig, jedoch im kleineren Format anzubieten. Der *Schokoriegel Twix* von Mars beispielsweise ist im 5er-Pack 50 Gramm schwer, wiegt einzeln abgepackt aber 58 Gramm.

Nr. 6: Der Portionstrick

Produkte in praktisch vorportionierten Beuteln haben meist eine geringere Füllmenge als das Ausgangsprodukt. Da der Preis nicht entsprechend reduziert wird, ist diese Packungsveränderung mit einer Preiserhöhung verbunden.

Nr. 7: Der Mengentrick

Die Stückzahl ersetzt die besser vergleichbare Angabe der Füllmenge auf der Vorderseite einer Verpackung. Auf diese Weise verkaufte z. B. vor einigen Jahren Bel Deutschland seinen *Leerdammer* Käse nach wie vor in Abpackungen von 14 Scheiben mit scheinbar gleicher Menge. Man bekommt jedoch nur 280 Gramm Käse für 3,79 Euro; früher waren es 350 Gramm, weil die einzelnen Scheiben kleiner sind.

Nr. 8: Der Qualitätstrick

Durch einen geringeren Anteil an wertgebenden Bestandteilen verschlechtert sich die Qualität eines Produkts, die Hersteller sparen Kosten und erhöhen bei gleichem Preis ihre Marge. Für viel Aufregung sorgte vor etlichen Jahren das *Schlemmer-Filet à la Bordelaise* von Iglo: Der Fischanteil wurde von 70 auf 52 Prozent reduziert und erhöhte damit den Preis um 34,6 Prozent bezogen auf den Fischanteil.

Nr. 9: Der Quantitätstrick

Veränderte Dosiervorgaben führen dazu, dass größere Mengen eines Produkts benötigt werden. Der Hersteller Henkel vergrößerte für sein Geschirrspülmittel *Pril Kraft-Gel* die Ausgusstülle und setzte die Dosierempfehlung von 2 auf 3 Milliliter pro fünf Liter Wasser herauf.

Nr. 10: Das Alles-neu-Prinzip

Die Wiedereinführung eines Produkts in einer neuen Verpackung wird genutzt, um die Füllmenge zu reduzieren und den Preis zu erhöhen. Unilever bot z. B. Mitte 2016 *das Waschmittel Coral Color+* „in neuen Kleidern“ an, aber mit 2 Waschladungen weniger: Zu erkennen an der anderen Flaschenform mit Griff und dem Hinweis „neu“.

VZHH AUF FACEBOOK

Sie interessiert das Thema Mogelpackungen? Dann sind Sie bei uns genau richtig. Aktuelle Hinweise zu versteckten Preiserhöhungen veröffentlichen wir auch regelmäßig auf unserer Facebook-Seite. [Einfach reinschauen und abonnieren!](#)

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/die-10-beliebtesten-tricks-um-preiserhoehungen-zu-verstecken>